

DENK FABRIK

Chancengleichheit

## Das Wirken von Geschlechterstereotypen und deren Überwindung

### Dokumentation

zur Tagung  
am 1. Oktober 2021  
im Historischen Kaufhaus



Das Wirken von  
Geschlechterstereotypen  
und deren Überwindung



Freitag, 1. Oktober 2021  
10 – 16 Uhr  
Historisches Kaufhaus

35 JAHRE Stelle zur Gleichberechtigung der Frau  
25 JAHRE frau und beruf  
Freiburg  
Freiburg



„Die Beseitigung der Geschlechterstereotype ist von grundlegender Bedeutung für die Gleichstellung von Frauen und Männern.“  
(Europäische Charta für die Gleichstellung von Frauen und Männern auf lokaler Ebene, Grundsatz 4)

Geschlechterstereotype sind stark in unserer Gesellschaft verankert und beeinflussen Denken und Handeln von uns allen. Sie verfestigen bestehende Ungleichheiten und wirken einer tatsächlichen Gleichstellung entgegen. In der Arbeitswelt befördern sie eine geschlechterstereotype Berufswahl und das Klischee, dass Führungskompetenz männlich ist. In der digitalen Öffentlichkeit werden einseitige, stereotypisierte Rollenbilder (re-)produziert, die sich durch Algorithmen manifestieren und Frauen systematisch benachteiligen.

Geschlechterstereotype Zuschreibungen werden oft als natürliche, unveränderbare Eigenschaften von Frauen und Männern interpretiert. Sie sind aber kulturell bedingt und damit veränderbar. Umso wichtiger ist es daher, sie immer wieder zu hinterfragen und durch einen reflektierten Umgang ihren Einfluss zu minimieren.

Mit dem Phänomen der seit Jahrzehnten nahezu unveränderten geschlechtsspezifischen Berufswahl, den Fragen, warum es immer noch so wenige Frauen in Führungspositionen gibt und warum in den digitalen Öffentlichkeiten starke Stereotypisierungen vorherrschen, werden drei Themenschwerpunkte bearbeitet.

Für die Vorträge konnten wir ausgewiesene Expertinnen gewinnen. Die Themen werden in den Workshops am Nachmittag vertieft. Im abschließenden interaktiven Workshop wird es darum gehen, wie sich störende Stereotype auflösen lassen.

Die Reihe Denkfabrik Chancengleichheit wurde von der Stelle zur Gleichberechtigung der Frau entwickelt, um die Umsetzung der EU-Charta zur Gleichstellung von Frauen und Männern auf kommunaler Ebene weiter voran zu bringen. In diesem Jahr findet die Denkfabrik in Kooperation mit der Kontaktstelle Frau und Beruf anlässlich der Jubiläen der beiden städtischen Stellen statt. Wir laden Sie herzlich zur Teilnahme ein.

Simone Thomas  
Frauenbeauftragte  
Regina Gensler  
Leiterin Kontaktstelle Frau und Beruf

## Programm

09:15 Uhr **Ankommen bei Kaffee und Tee**

10:00 Uhr **Begrüßung**  
Simone Thomas, Frauenbeauftragte  
Regina Gensler, Leiterin Kontaktstelle  
Frau und Beruf

10:15 Uhr **Impulsvorträge**

**Geschlechterstereotype in digitalisierten Öffentlichkeiten**  
Professorin Dr. Martina Thiele,  
Universität Tübingen

**Immer noch wenige Frauen in Führungspositionen: Warum und was wir dagegen tun können.**  
Professorin Dr. Dagmar Stahlberg,  
Universität Mannheim

**Geschlechterstereotype Bildungs- und Berufswahl**  
Professorin Dr. em. Andrea Maihofer,  
Universität Basel

12:15 Uhr **Mittagspause mit Imbiss**



13:15 Uhr **Workshops (parallel)**

**1 Stereotype in digitalisierten Öffentlichkeiten**  
Moderation: Lena Vogel  
Referentin Digitale Lehre,  
Katholische Hochschule Freiburg

**2 Frauen in Führung**

Moderation: Doris Schreck  
Leitung Stabsstelle Gleichstellung,  
Pädagogische Hochschule  
Freiburg

**3 Geschlechterstereotype Bildungs- und Berufswahl**

Moderation: Dr. Angela Geck  
Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
am Seminar für wissenschaftliche  
Politik, Universität Freiburg

14:45 Uhr **Vortrag und interaktiver Workshop Störende Stereotypen – bitte auflösen**  
Zita Küng, EQuality Consulting, Zürich

15:45 Uhr **Abschluss und Ausblick**

16:00 Uhr **Ende**

# Vorwort



Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

am 01.10.2021 hat die Veranstaltung „Denkfabrik Chancengleichheit – Das Wirken von Geschlechterstereotypen und deren Überwindung“ im Historischen Kaufhaus in Freiburg stattgefunden. Über 130 Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben an den Vorträgen und den Workshops teilgenommen.

Geschlechterstereotype sind noch immer stark in unserer Gesellschaft verankert. Sie beeinflussen unser aller Denken und Handeln und verfestigen bestehende Ungleichheiten. Damit wirken sie einer tatsächlichen Gleichstellung entgegen.

Warum ist das so? Welche Stereotype gibt es und was können wir dafür tun, diese aufzulösen? Diesen Fragen wurde in der Denkfabrik nachgegangen und Ideen und Verbesserungsvorschläge gesammelt. Dabei standen mit der seit Jahrzehnten unveränderten geschlechtsspezifischen Berufswahl, dem nach wie vor geringen Anteil von Frauen in Führungspositionen und den starken Stereotypisierungen in den digitalen Öffentlichkeiten drei Themen im Mittelpunkt.

Mit der 2013 unterzeichneten EU-Charta zur Gleichstellung von Frauen und Männern verpflichtet sich die Stadt Freiburg, die in der Charta festgelegten Ziele vor Ort mit Politik, Verwaltung, Stadt- und Zivilgesellschaft zu diskutieren, anzugehen und umzusetzen.

Die Stelle zur Gleichberechtigung der Frau unterstützt diesen Prozess mit dem Format „Denkfabrik Chancengleichheit“, einer regelmäßig stattfindenden Reihe. In diesem Jahr fand die Denkfabrik in Kooperation mit der Kontaktstelle Frau und Beruf Freiburg – Südlicher Oberrhein statt. Anlass war das Jubiläum der beiden Stellen im letzten Jahr. 2020 bestand die Stelle zur Gleichberechtigung der Frau 35 Jahre, die Kontaktstelle Frau und Beruf feierte 25-jähriges Bestehen.

Die vorliegende Dokumentation fasst die Ergebnisse in Text und Bild zusammen.

Viel Inspiration und Freude beim Lesen wünschen

**Simone Thomas**  
Frauenbeauftragte

**Regina Gensler**  
Leiterin Kontaktstelle  
Frau und Beruf

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>3</b>
<b>Impulsvorträge:</b>	
<b>Geschlechterstereotype in digitalisierten Öffentlichkeiten</b> Professorin Dr. Martina Thiele, Universität Tübingen	<b>5 - 9</b>
<b>Immer noch wenige Frauen in Führungspositionen: Warum und was wir dagegen tun können.</b> Professorin Dr. Dagmar Stahlberg, Universität Mannheim	<b>10 - 14</b>
<b>Geschlechterstereotype Bildungs- und Berufswahl</b> Professorin Dr. em. Andrea Maihofer, Universität Basel	<b>15 - 18</b>
<b>Workshops:</b>	
<b>1 Stereotype in digitalisierten Öffentlichkeiten</b> Moderation: Lena Vogel, Referentin Digitale Lehre, Katholische Hochschule Freiburg	<b>20 - 21</b>
<b>2 Frauen in Führung</b> Moderation: Doris Schreck, Leitung Stabsstelle Gleichstellung, Pädagogische Hochschule Freiburg	<b>22 - 23</b>
<b>3 Geschlechterstereotype Bildungs- und Berufswahl</b> Moderation: Dr. Angela Geck, Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Seminar für wissenschaftliche Politik, Universität Freiburg	<b>24 - 25</b>
<b>Störende Stereotypen – bitte auflösen</b> Vortrag und interaktiver Workshop: Zita Küng, EQuality Consulting, Zürich	<b>26 - 27</b>
<b>Ausblick &amp; Dank</b>	<b>29</b>

## Impressum

**Herausgeberin:**  
Stadt Freiburg im Breisgau  
Stelle zur Gleichberechtigung der Frau  
Rathausplatz 2–4  
79098 Freiburg i. Br.  
Tel. 0761/201-1700  
frauenbeauftragte@stadt.freiburg.de  
www.freiburg.de/frauenbeauftragte

© 2022

**Redaktion:**  
Simone Thomas, Regina Gensler  
Sonja Umseher

**Fotos:** Titel: © tai111 - Fotolia.com;  
© Margit Müller

**Gestaltung:** Berres-Stenzel, Freiburg

**Druck:** Simon Druck GmbH & Co.,  
Freiburg

**Freiburg**   
I M B R E I S G A U



# Geschlechterstereotype in digitalisierten Öffentlichkeiten

Professorin Dr. Martina Thiele, Universität Tübingen

# Impulsvorträge



## Worüber ich sprechen werde ...

- Ausgangspunkte
  - Geschlecht
  - Stereotyp
  - Geschlechterstereotype und Ambivalenzen der Sichtbarkeit
  - digitalisierte Öffentlichkeiten
- Aktuelle Forschung
- Auswege aus der Stereotypenfalle



„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Medien.“

(Luhmann 1996: 9)



## Geschlecht

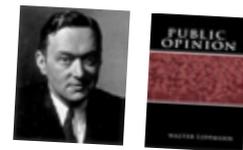
- Sex, sex category and gender (West/Zimmermann 1987)
- Essentialismus vs. Geschlecht als soziale Konstruktion
- Performativität, „doing gender“ (Butler 1991)
- Gender Media Studies: Konstruktion von Realität in und durch Medien, „Medienrealität“
- Repräsentationskritik, Analyse der (Re-)produktion, Funktionen und Wirkungen medial vermittelter Geschlechterstereotype



## Stereotype

Stereotype als „pictures in our heads“.

(Walter Lippmann, Public Opinion, 1922: 3)



„Ein Stereotyp ist der verbale Ausdruck einer auf soziale Gruppen oder einzelne Personen als deren Mitglieder gerichteten Überzeugung. Es hat die logische Form eines Urteils, das in ungerechtfertigt vereinfachender und generalisierender Weise, mit emotional-wertender Tendenz, einer Klasse von Personen bestimmte Eigenschaften oder Verhaltensweisen zu- oder abspricht. Linguistisch ist es als Satz beschreibbar.“

(Uta Quasthoff, Soziales Vorurteil und Kommunikation, 1973: 28)



## Stereotype

„Stereotyping is the process of ascribing characteristics to people on the basis of their group memberships.“

(Oakes/Haslam/Turner 1994: 1)

Stereotype als „Korrelationen zwischen Merkmalen und einer (sozialen) Kategorie“.

(Six/Six-Materna 2006: 325)

„Eigenschaften, die als verbunden mit Kategorisierungen von Personen(gruppen), Gegenständen, Situationen oder auch abstrakten Dingen und Ideen wahrgenommen werden“

(Thiele 2015: 96)

„Stereotypisierung = Kategorisierung + Attribuierung“

(ebd.)

## Geschlechterstereotype

Sozial geteiltes Wissen darüber, was „typisch weiblich“, was „typisch männlich“ ist

Auf sexuelle Orientierung bezogen: z.B. was „typisch homosexuell“ ist

Deskriptive und präskriptive Dimension

- Deskriptiv: traditionelle Annahmen, wie Frauen und Männer „sind“, welche Eigenschaften sie haben und wie sie sich verhalten. Frauen „sind“ danach verständnisvoll und emotional, Männer „sind“ dominant und zielstrebig.
- Präskriptiv: traditionelle Annahmen, wie Frauen und Männer sein sollen oder wie sie sich verhalten sollen. So „sollen“ Frauen einfühlsam sein, Männer „sollen“ dominieren.

Kritik der Queer Studies an Heteronormativität

## Öffentlichkeit und Digitalisierung

- „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (Habermas 1962)
- „Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (Imhof 2006)
- Öffentlichkeit oder Öffentlichkeiten?
- Feministische Ansätze in der Öffentlichkeitsforschung (Fraser 2007, Mouffe 2014, Klaus 2017, ...)
- Digitalisierung, Web 2.0, Social Media, „Plattformkapitalismus“
  - Wer produziert Texte und Bilder?
    - Journalismus (privat-kommerzielle Medien-Unternehmen und öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten)
    - Werbetreibende Unternehmen, Organisationen und z.B. „Influencer\*innen“
    - „Wir alle“?
- Was ist der Preis?

## Digitalisierung, Medien und Stereotype

Social Media: Reproduktion traditioneller Stereotype durch die Produzent\*innen



Algorithmen und KI, social bots und Sprachassistent\*innen: „Ist Alexa Feministin?“

Sprach- und Gesichtserkennungssoftware: Input erzeugt Output, oder: „Garbage in, Garbage out“



## Stereotyp und Algorithmus

**taz** POLITIK UND DEMOKRATIE KULTUR SPORT BEWEGUNG WIRTSCHAFT

Algorithmen sind Diskriminierung

### Maschinelle Sittenwächter

Plattformen wie Instagram und TikTok löschen Fotos von dicken Menschen, die „zu viel“ nackte Haut zeigen. Das behindert die Diskriminierung.

Vergangenes Jahr veröffentlichte das Model Myrle Nicholas Williams eine stolische Aufnahme: die Augen geschlossen, der Kopf in den Nacken gelegt, die Arme um die Brust verschlungen. Die UserInnen waren begeistert.

Während sich über den Körper zu öffnen, Kopf ab der Seiten Profile of Collins aufnahm einer Medien



## Zwischenfazit

- Mediale Repräsentation und Konstruktion von Geschlecht und Geschlechterstereotypen
- Produktion – Inhalte – Konsumtion
- Digitalisierung im Strukturwandel der Öffentlichkeit verändert Rezeptions- und Produktionsverhalten: wir sind „Produzer:innen“
- Medienhandeln hat Folgen!
- „Ambivalenzen der Sichtbarkeit“ (Schaffer 2008): kein Zusammenhang zwischen medialer Repräsentation und politischer Macht!
- Quantität und Qualität der Bilder

## Aktuelle Studien I-VII



## Aktuelle Studien I: Prommer/Linke 2019

- Frauen und Mädchen sind im deutschen Film und Fernsehen unterrepräsentiert.
- Geschlechterstereotype sind weiterhin präsent.
- In einigen Bereichen sind leichte Verbesserungen zu erkennen.
- Untersucht wurden Inhalte!
- Nicht: Produktion und Rezeption
- Studienergebnisse:  
<https://malisastiftung.org/studie-audiovisuelle-diversitaet/>



## Aktuelle Studien II: Geschlecht und Social Media

- Studie „Weibliche Selbst-Inszenierung in den Neuen Medien“ (Teilstudien zu YouTube, Instagram, Musikvideos und Influencer\*innen, i.A. MaLisa, 2019)
- Studienergebnisse:
- Geschlechterverhältnis 1: 2 auch bei den 100 beliebtesten Musikvideos, den 100 beliebtesten YouTube-Kanälen und den Top 100 Instagramer\*innen in Deutschland
- Stereotype! Frauen im privaten Raum, Schmink-, Wohn-, Backtipps, eingeschränktes Rollenspektrum
- Gefährliche Vorbildfunktion der „Influencer\*innen“
- Die geben sich erschrocken und verharren „auf sicherem Terrain“

### Aktuelle Studien III: YouTube

OBS-Arbeitsheft 98

Lutz Fröhbrodt/Annette Floss



Unboxing YouTube  
im Netzwerk der Profis und Profiteure

Aus der Einleitung zur Studie:

„In einem Interview mit *Spiegel Online* wurde die erfolgreiche YouTuberin Dagi Bee einmal gefragt, ob sie überhaupt noch ungestört durch die Düsseldorfer Fußgängerzone spazieren könne. Ihre Antwort: „Ich muss halt schauen, wann ich gehe. Morgens [...] sind nur Erwachsene unterwegs, die mich ja sowieso nicht kennen.“ Nachmittags wäre es hingegen schon schwieriger, weil dann auch Kinder und Jugendliche in der Stadt seien. Damit verweist Dagi Bee eindrücklich auf die mediale Spaltung der Gesellschaft in zwei Teile. Für den einen, älteren Teil sind das Internet allgemein und Plattformen wie YouTube im Speziellen nach wie vor weitgehend „Neuland“ (Angela Merkel).“

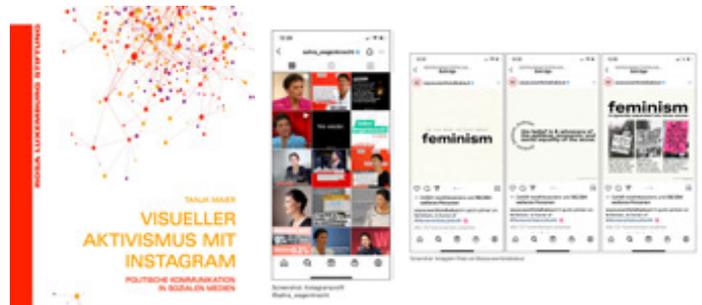
### Aktuelle Studien IV: Influencer und Politik



Abbildung 1: Space Prag Bana und Bana Inara zusammen die BELD- und kinnern nicht glauben, was sie da sehen (Space Prag 2018)

Geschlecht wird in dieser FES-Studie nicht direkt thematisiert! Politische Einflussnahme via social media ist durch Text und Bild männlich konnotiert

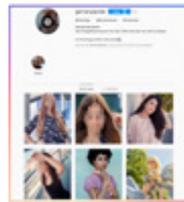
### Aktuelle Studien V: Visueller Aktivismus mit Instagram



Individuelle und kollektive Akteur\*innen auf Instagram

### Aktuelle Studien VI: Visueller Aktivismus mit Instagram

Auch Rechtsextreme wie die Identitäre Bewegung und die Junge Alternative nutzen gezielt Instagram und YouTube zur Rekrutierung gerade auch junger Frauen. Dabei setzen sie auf traditionelle Weiblichkeitsstereotype im „modernen look“.



Quelle: https://www.instagram.com/.../

Siehe Studie von Correctiv (2020): Kein Filter für Rechts. Wie die rechte Szene Instagram benutzt, um junge Menschen zu rekrutieren. <https://correctiv.org/top-stories/2020/10/06/kein-filter-fuer-rechts-instagram-rechtsextremismus-frauen-der-rechten-szene/>

Der Instagram hat Tausende Diskursen, selbst Autorität im Probenbereich der SA. Im Vergleich mit CORRECTIV sagt er, der Account „germanright“ sei eigentlich nur eine Nebensache: Er habe im September 2019 mit Bildern für eine Kampagne der Jungen Alternative Berlin mit dem Titel „Wir werden Bewusstseins“ angefangen. „Das war die Initialzündung“, sagt Diskurs. Das Bild hatte Wälder gezeigt, „die wir wieder zu den Waldhäusern. Gute Bilderfotografien, wodurch sie, wie Instagram für fast unmerklich wurde.“

## Aktuelle Studien VII: Digitale Alter Egos

### Die Dolly-Parton-Challenge



Bachelor-Arbeit von Pauline Knappschneider (2021) im Fach Medienwissenschaft, Uni Tübingen

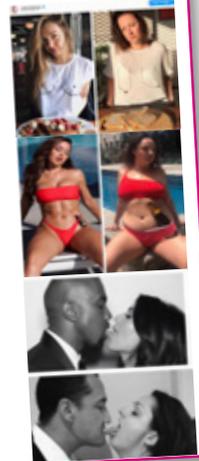
## Resümee

- „Die Medien“ sind an der Konstruktion und Repräsentation letztlich diskriminierender Geschlechterstereotypen beteiligt. Sie könnten der Stereotypisierung aber auch entgegenwirken!
- Welche Medien? Differenzierung nach Organisationsform, Besitz, Finanzierungsmodellen, Partizipationsmöglichkeiten, ...
- Wie sozial sind „social media“? Chancen und Risiken der Digitalisierung
- Affirmation und Irritation bestehender Geschlechterordnungen
- Ambivalenzen der Sichtbarkeit
- Interdependenzen und Intersektionalität
- Langlebigkeit von Stereotypen

## Auswege aus der Stereotypenfalle

Stereotypenwandel, gar Auflösung?

- Allmähliche Anhäufung widersprechender Informationen
- Sensibilisieren, Bewusst-Machen, z.B. Bechdel-Test oder Umkehr-Test
- Statt Generalisierung und Einfalt Vielfalt sichtbar und hörbar werden lassen
- Re-Kategorisierung, De-Kategorisierung, anti-kategoriales Denken
- Humor!



VIELEN DANK!

Prof. Dr. Martina Thiele

Institut für Medienwissenschaft

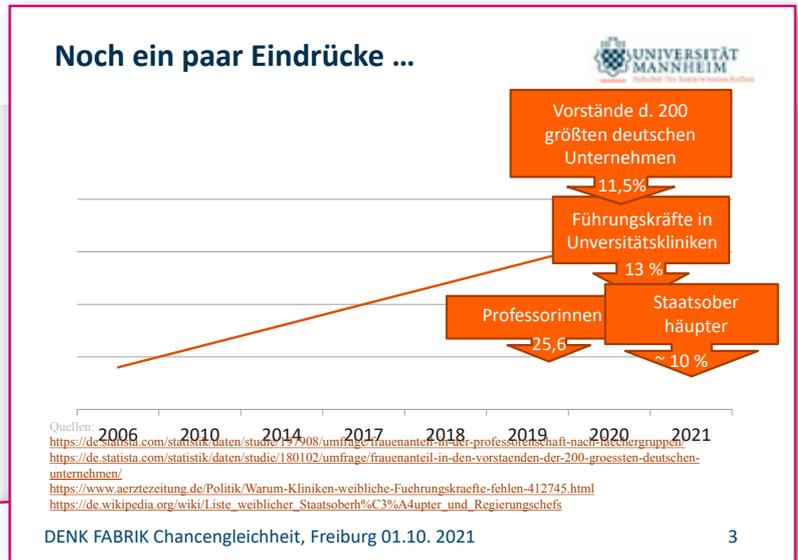
Digitalisierung und gesellschaftliche Verantwortung

E-Mail: [martina.thiele@uni-tuebingen.de](mailto:martina.thiele@uni-tuebingen.de)



# Immer noch wenige Frauen in Führungspositionen: Warum und was wir dagegen tun können.

Professorin Dr. Dagmar Stahlberg, Universität Mannheim



### Geschlechtsstereotype

**Definition**  
 Sozial geteiltes erlerntes Wissen über charakteristische Merkmale von Männern und Frauen  
 (z.B. Bem 1974, Deaux & Lewis, 1984)

**Inhalte**

**Agentische Eigenschaften**  
z.B. Kompetenz, Durchsetzungsfähigkeit

**Kommunale Eigenschaften**  
Beziehungsorientierung, Wärme

DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021 5

## Effekte von Geschlechtsstereotypen Von der Wiege bis zur Bahre ...



DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

6

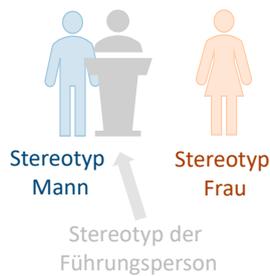
## Geschlechtsstereotype & Führung

### Think Manager – Think Male

Sczesny, Spreemann & Stahlberg (1999): Befragung von angehenden und tatsächlichen Führungskräften  
Think manager, think male – Hypothese

**Meta-Analyse:** Koenig, et al. (2011)

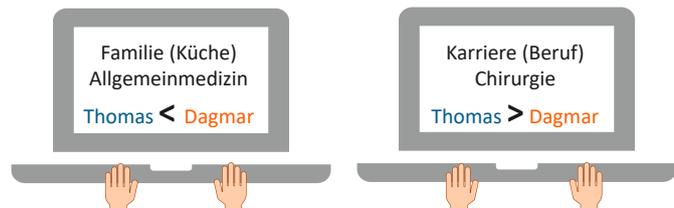
**Erweitert:** Think manager—think male, think follower—think female (Braun et al., 2017)



## Unbewusste Assoziation von Karriere/Familie mit Geschlecht

Salles et al. (2019): Studien mit dem Impliziten Assoziationstest (IAT) an Health Professionals

Reaktionsschnelligkeit



<https://implicit.harvard.edu/implicit/germany/takeatest.html>

Zum Selbst-Probieren: IAT zu Geschlecht und Karriere

DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

8

## Führung – Was ist dran an den Stereotypen?



DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

9

## Können Frauen nicht führen?

### Führungskompetenz- und effizienz

- Meta-Analyse über 95 Studien (Paustian-Underdahl, Walker and Woehr, 2014)

Führungseffizienz insgesamt  
♀ = ♂

Beurteilt durch Andere  
♀ > ♂

Selbst-Beurteilung  
♂ > ♀

DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

10

## Wollen Frauen nicht führen?

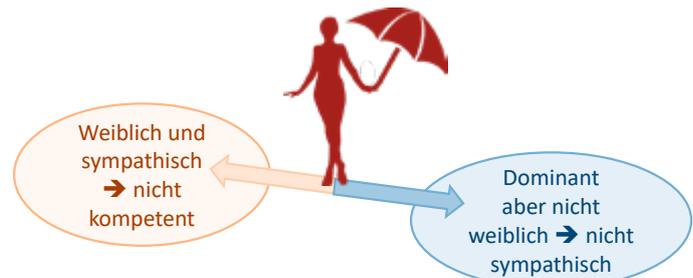
### Führungsmotivation - Inkonsistente Befundlage

- z.B. Studentinnen **ähnlich** berufs- und karriereorientiert wie Studenten (Abele, 2000)
- z.B. Frauen **weniger machtorientiert** als Männer (Schuh et al., 2014)
- z.B. Lechner et al. (2018): Frauen **andere Werte** als Männer (weniger an extrinsischen Belohnungen und stärker an Sicherheit orientiert)

DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

## Z.B. fehlende Führungsmotivation – Angst vor Backlash bei Frauen

Selbstdarstellungsdilemma bei Frauen, die eine Führungsposition einnehmen wollen (z.B. Heilman & Okimoto, 2007)



DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

12

## Z.B. Fear of Backlash-Effekte

Herwig et al. (2020)



DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

13

## Warum so wenig Frauen in Führungspositionen?



DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

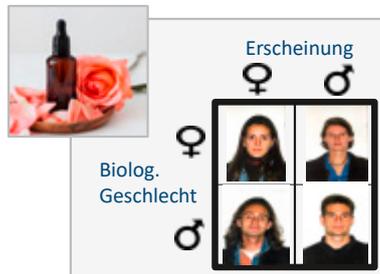
14

## Stereotype & ihre Konsequenzen: Auswahl weiblicher Führungskräfte

Sczesny, Spreemann, & Stahlberg (1999)

Stärkere Zuschreibung von Führung bei:

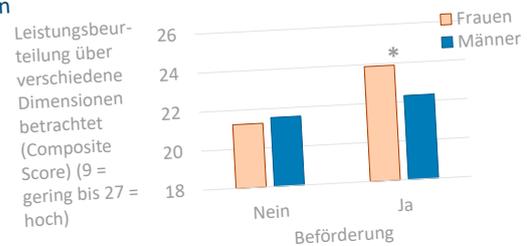
- männlichen Stimuluspersonen
- bei Stimuluspersonen mit maskuliner Erscheinung
- bei Stimuluspersonen mit maskulinem Geruch (Parfüm)



DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

## Z.B. Stereotype widerlegen benötigt mehr Evidenz

Lyness & Heilman (2006): **Ergebnisse**  
z.B. Frauen müssen mehr Leistung zeigen, um im Management aufzusteigen



Player et al. (2019): Bei Frauen wichtiger bisherige Leistung, bei Männern Potential stärker gewichtet für die Karriere

DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

16

## Was können wir (und andere) tun?

Fähigkeiten deutlich machen

- Klares Herausstellen bisheriger Leistungen & weibliche Social Skills zeigen, z.B. erfolgreiche Führungsstile wie Transformational Leadership (Overlooked female potential? Player et. al, 2019)
- Women "Take Care," Men "Take Charge": Beide Führungskompetenzen deutlich machen (Prime, Carter & Welbourne, 2009)
- Ruhig mal etwas wagen – nicht erst bewerben, wenn man sich 100-prozentig sicher ist, alle geforderten Kriterien zu erfüllen (Salwender & Stahlberg, 2021)
- Gute Vorbereitung zur optimalen Präsentation der eigenen Fähigkeiten – **Feedback macht souverän, Supervision hilft stets**

DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

17

## Was können wir (und andere) tun?

### Motivation erhöhen

- Was einem nicht gefällt, kann man auch ändern, insb. als Führungsperson ⇒ Unternehmenskultur, Wertvorstellungen, Modell sein
- Unterstützendes soziales Umfeld (Partnerschaft, Freund\*innen, Netzwerke)
- Modelle, weibliche Vorbilder, die Sonnenseiten einer Karriere betrachten ⇒ Networking

Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

18

## Was können wir (und andere) tun?

### Organisationale Veränderungen

- Unternehmenspolitik „Ehrliches Interesse an Einbindung von Frauen auf allen Ebenen“ (z.B. Nater & Sczesny, 2016)
- Geschlechtergerechtigkeit und Diversität als innovatives Projekt aller Beteiligten (vs. Vorschriften) (Kang & Kaplan, 2018)
- Keine Shifting Standards: Bisherige Leistungen vs. Potential
- Prozedurale Maßnahmen gegen unbewusste Biases
  - ⇒ Aufklärung
  - ⇒ Klare z.B. Auswahlkriterien vorab formulieren, Beurteilung von CVs ohne Geschlechtinformation usw.
  - ⇒ Perspektivenübernahme ermutigen (Tochtereffekt)



19

DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

## Forschung erleben!

Lehrstühle  
Sozialpsychologie  
Universität Mannheim

[www.forschung-erleben.de](http://www.forschung-erleben.de)

Wann schauen  
Sie vorbei?



DENK FABRIK Chancengleichheit, Freiburg 01.10. 2021

20



# Geschlechterstereotype Bildungs- und Berufswahl

Professorin Dr. em. Andrea Maihofer, Universität Basel

## I. Einleitung

Tätigkeiten bzw. Berufe haben per se kein Geschlecht

- ihre Vergeschlechtlichung ist ein historisch gesellschaftlich-kulturelles Phänomen
- und damit sowohl veränderbar als auch erklärungsbedürftig

Prof. Dr. em. Andrea Maihofer Zentrum Gender Studies Basel



zentrum gender studies

Die aktuelle Form der Vergeschlechtlichung von Berufen und Berufswahl ist eng verbunden mit der Etablierung der bürgerlich kapitalistischen Gesellschafts- und der damit einhergehenden cisheteropatriarchalen Geschlechterordnung und deren Vorstellungen von Familie, familialer Arbeitsteilung sowie von Mutterschaft und Vaterschaft.

Prof. Dr. em. Andrea Maihofer Zentrum Gender Studies

- **Die Vergeschlechtlichung von Berufen und Berufswahl sind verbunden:**
- mit der Entstehung der Vorstellungen von natürlichen Geschlechterdifferenzen (18./19. Jahrh.)
- Trennung von Beruf und Familie sowie
- Trennung von produktiver und reproduktiver Arbeit
- deren Vergeschlechtlichung gehen mit Auf- bzw. Abwertung einher
  - danach sind weibliche Tätigkeiten per se weniger wert
  - Stichwort: unbezahlte Familienarbeit
  - dies führt zu Lohndifferenzen bzw.
  - überhaupt zu ungleichem Lohn bei gleicher Arbeit

Prof. Dr. em. Andrea Maihofer Zentrum Gender Studies Basel



zentrum gender studies

**Ausgangsfrage:** Wie erklärt sich

– trotz Wandel der Geschlechterverhältnisse –  
die Persistenz der geschlechterstereotypen Ausbildungs-  
und Berufswahl?

Welche Mechanismen führen dazu?

Prof. Dr. em. Andrea Maihofer Zentrum Gender Studies Basel



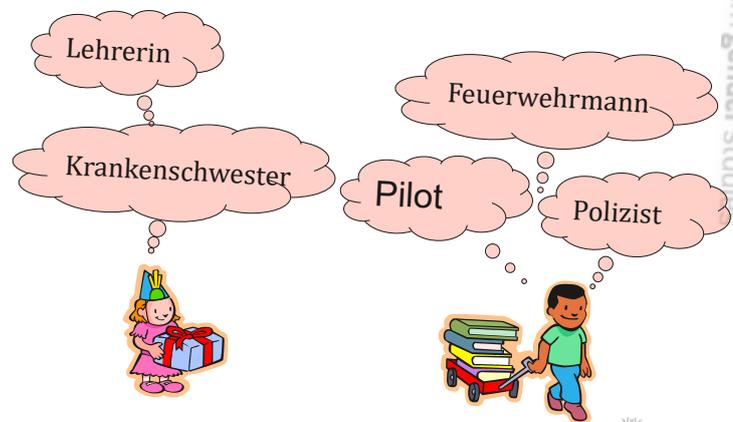
gender studies

## II. Ergebnisse – Segregationsmechanismen

- Die Geschlechtersegregation wird über den gesamten Bildungsverlauf hinweg durch eine Vielzahl ineinandergreifender Mechanismen hergestellt und aufrechterhalten.
- **Erstens:** Von Kindheit an besteht oft ein enger Blick ausschliesslich auf *geschlechtstypische* Berufe und erweitert sich kaum.
- ➔ **Wirkmächtigkeit trad. Geschlechternormen**

Prof. Dr. em. Andrea Maihofer Zentrum Gender Studies

## Frühe geschlechtstypische Wunschberufe



- **Zweitens:** Die Berufsberatung und der Berufsorientierungsunterricht schaffen es bislang **nicht**, die Perspektive zu erweitern; nur selten relevant für die Berufswahl, forcieren gar geschlechterstereotype Entscheidungen.

Prof. Dr.

**Drittens:** die Geschlechtersegregation ist vermutlich noch stärker ausgeprägt, als sie statistisch bislang ausgewiesen ist:

- aufgrund geschlechtstypischer Tätigkeitsfelder *innerhalb* der Berufe
- ➔ Konstrukteurin, die Messestände betreut
- ➔ Pfleger, der vor allem Pfleger\*innen ausbildet

**Viertens:** Als äußerst zentral erweist sich die Bedeutung der antizipierten Elternschaft bzw. der familialen Arbeitsteilung für die Berufswahl

allerdings unterschiedlich für Frauen\* und Männer\*

## Bedeutung der antizipierten Elternschaft

### Frauen\*

- entwickeln inzwischen eine eigene Berufsidentität und klare Berufsperspektive
- **aber** schon früh ist für sie das Problem der Vereinbarkeit von Familie und Beruf zentral und bestimmt ihre Ausbildungs- und Berufswahl
- sie sehen sich nach wie vor in der Hauptverantwortung für die Betreuung der Kinder –
- starke Wirkmächtigkeit des Ideals von Mutterschaft
- Perspektive Teilzeitarbeit (20-40% →60%)



- Das heisst, das Berufsverständnis steht bei Frauen\* weiterhin in einem Spannungsverhältnis zum bürgerlich hegemonialen Ideal von Mutterschaft

### ➤ Das derzeitige Ideal von Mutterschaft:

Teilzeit berufstätige Mutter, die sich für die Betreuung der Kinder (haupt)verantwortlich fühlt

## Bedeutung der antizipierten Elternschaft

### Männer\*

- sehen sich weiterhin in der Verantwortung, die Rolle des Familienernährers zu übernehmen und Frauen erwarten das auch von ihnen
- Berufswahl daher mit Blick auf ausreichenden Lohn → Wirkmächtigkeit der Norm: Männer\* = Ernährer der Familie
- **aber:** Männer\* wollen heute vermehrt **präsente** Väter sein → Wunsch Teilzeit 80%



- die Arbeitszeit als Väter nicht zu reduzieren ist inzwischen für viele Männer\* erklärungsbedürftig

### ➤ Das derzeitige Ideal von Vaterschaft:

emotional involvierter präsenter Ernährer-Vater



## Fazit

- Bei allem Wandel sind die traditionellen Geschlechternormen nach wie vor sehr wirkmächtig.
- Diese prägen noch immer die Vorstellungen von der familialen Arbeitsteilung und damit die jeweiligen Lebensentwürfe
- und führen zur Persistenz geschlechterstereotyper Ausbildungs- und Berufswahl.
- Zu deren Überwindung braucht es einen neuen Schub der Kritik an den traditionellen Geschlechternormen, insbesondere auch des bürgerlich traditionellen Mutterideals.

Prof. Dr. em. Andrea Maihofer

Zentrum Gender Studies

Basel



zentrum gender studies

- Zugleich besteht inzwischen bei allen Beteiligten ein Vereinbarkeitsproblem von Familie und Beruf bzw. von Beruf und Familie.
- Dies führt zu einer zunehmenden Erschöpfung aller und einer wachsenden Krise der Sorge um andere sowie der Sorge um sich. → Care-Krise
- Zu deren Überwindung bedarf es einer grundlegenden Kritik der Abwertung sog. weiblicher Tätigkeiten und Berufe und insbesondere der Abwertung familialer Arbeit.

Prof. Dr. em. Andrea Maihofer

Zentrum Gender Studies

zentrum gender studies

- Insgesamt braucht es eine gesellschaftliche Reorganisation des Verhältnisses von Leben und Arbeit.

zentrum gender studies

**Danke für Ihre/Eure Aufmerksamkeit !**

Prof. Dr. em. Andrea Maihofer

Zentrum Gender Studies

Basel



gender studies

Basel



zentrum gender studies



# Workshop 1 **Stereotype in digitalisierten Öffentlichkeiten**

Moderation: **Lena Vogel**, Referentin Digitale Lehre, Katholische Hochschule Freiburg  
 Co-Moderation: **Lina Götze**, Kontaktstelle Frau und Beruf



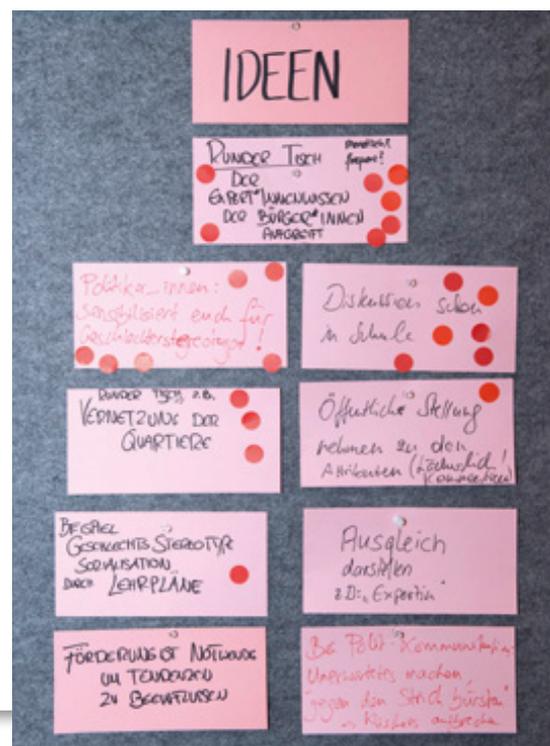
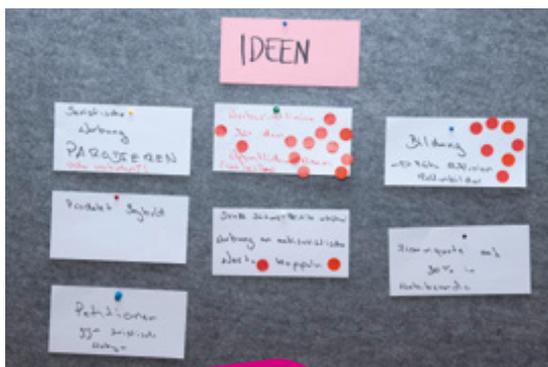
**Was muss getan werden, um weniger geschlechterstereotype Kommunikation zu fördern?  
 Die Ebene der Kommunalpolitik – was sollte in Freiburg getan werden?**

## 1. Geschlechterstereotype in der Online-Werbung/PR?

- Werberichtlinien für den öffentlichen Raum schaffen (11 Punkte)
- **Bildung: frühe Reflexion von Rollenbildern (7 Punkte)**
- Druck seitens Politik erhöhen - Werbung an antisexistische Werte koppeln (2 Punkte)
- Sexistische Werbung parodieren/oder verbieten
- Produktboykott
- 50% Frauenquote in der Werbebranche
- Petitionen gegen sexistische Werbung initiieren

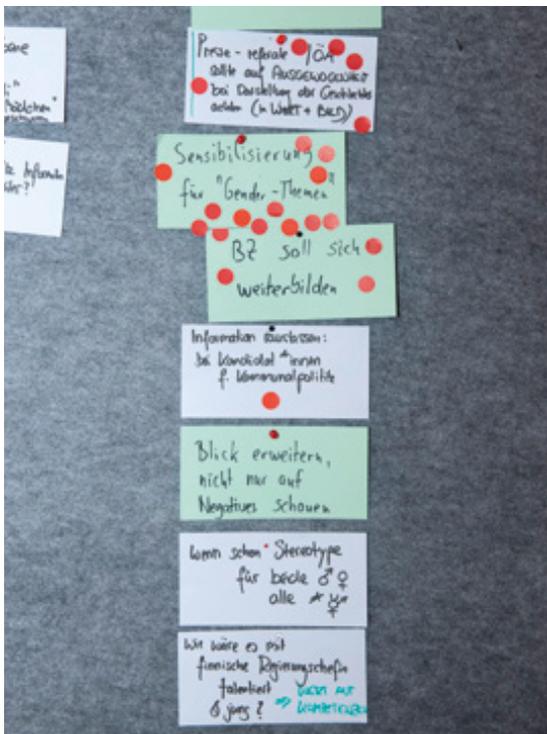
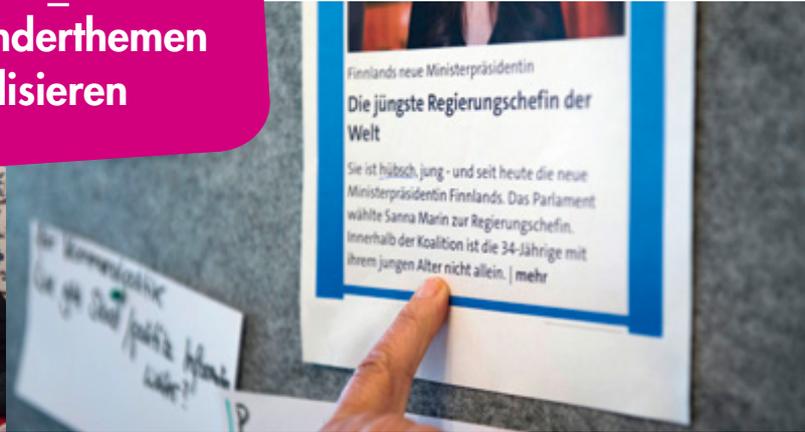
## 2. Geschlechterstereotype in der (Online)-Politischen Kommunikation?

- **Runder Tisch, der Expert\_innenwissen der Bürger\_innen aufgreift (7 Punkte)**
- **Politiker\_innen sollten sich im Umgang mit Geschlechterstereotype sensibilisieren (6 Punkte)**
- **Diskussion sollte schon in der Schule geführt werden (6 Punkte)**
- Öffentlich Stellung nehmen zu den Attributen (lächerlich / Kommentieren) (1 Punkt)
- Geschlechtsstereotype Sozialisation durch Lehrpläne vermeiden (1 Punkt)
- Gezielt Expertinnen einladen, um einen Ausgleich zu schaffen
- Unerwartetes machen, Klischees „gegen den Strich bürsten“ und damit aufbrechen



**Werberichtlinien für den öffentlichen Raum schaffen**

## Journalist\_innen für Genderthemen sensibilisieren

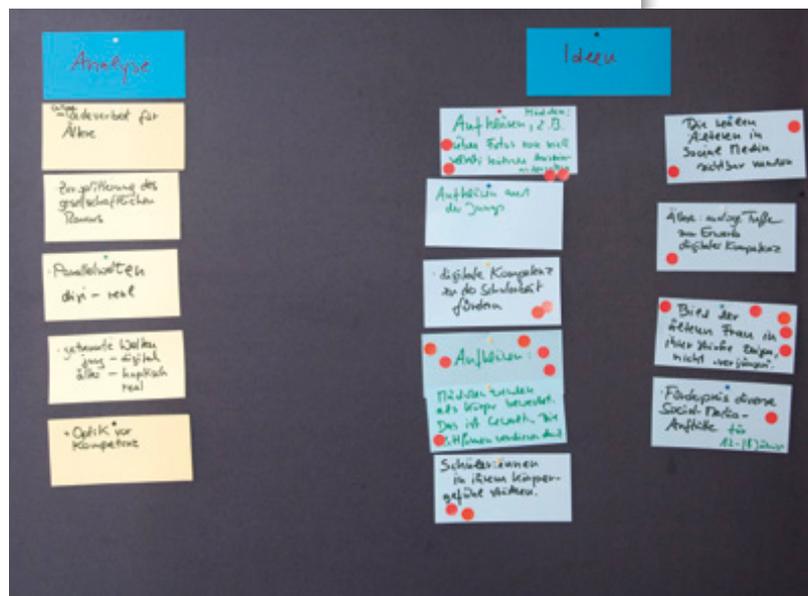


### 3. Geschlechterstereotype im Online-Journalismus?

- Journalist\_innen für Genderthemen sensibilisieren (12 Punkte)
- BZ soll sich in gendersensibler Berichterstattung weiterbilden (8 Punkte)
- Pressereferate/Öffentlichkeitsarbeit sollte/n auf Ausgewogenheit bei Darstellung der Geschlechter achten (in Wort und Bild!!) (5 Punkte)
- Information zur Person, die nichts mit dem Amts zu tun haben weglassen: bei Politikerinnen, z.B. statt „finnische Regierungschefin ist hübsch und jung“ lieber „talentiert und jung“ (1 Punkt)

### 4. Geschlechterstereotype im Social-Media Bereich?

- Mehr Aufklärung in der Schule und im Elternhaus: Mädchen werden als Körper bewertet. Plattformen verdienen damit Geld (6 Punkte)
- Mehr Bilder von älteren Frauen in ihrer Stärke zeigen, nicht künstlich verjüngen (5 Punkte)
- Mädchen über Fotos von sich auf Social Media aufklären, Aufklären auch der Jungs (4 Punkte)
- Schülerinnen in ihrem Körpergefühl stärken (2 Punkte)
- Digitale Kompetenz in der Schularbeit fördern (2 Punkte)



# Workshop 2 **Frauen in Führung**

Moderation: **Doris Schreck**, Leitung Stabsstelle Gleichstellung, Pädagogisches Hochschule Freiburg,  
Co-Moderation: **Christine Rösch**, Kontaktstelle Frau und Beruf



## I. Einstieg ins Thema: Frauen in Führung

Herausforderungen:

- Effekte von Geschlechterstereotypen, gesellschaftliche Strukturen, Sozialisation
- Führungskompetenzen, Führungsstile – weiblich, männlich?
- Individuelle Motivation, Selbstdarstellung
- Vereinbarkeit Führung und Care-Aufgaben
- Gläserne Decke
- Stellenbesetzungen: unterschiedliche Leistungsbewertung, soziale Kooptation („Gleiches zu Gleichem“), Netzwerke und „Geklüngel“
- .....

- ▶ **Feedback zum Vortrag:**  
Ihre Fragen, Anmerkungen, Einwände, Widersprüche, Gedankensplitter, ...



### 1. Erfahrungen aus der Praxis

- Selbstführung: „Wie gehe ich mit Herausforderungen um?“
- Wie unterstützt die/der Partner\_in?
- **Vorbilder fehlen: von Männern in der Care-Arbeit, von arbeitenden Müttern und Führungsfrauen**
- auch Frauen ohne Kinder haben Probleme in Führung zu gehen/zu kommen
- andere Vorstellungsbilder wirken: z. B. Frauen in der Feuerwehr
- Vorbilder: [www.spitzenfrauen.de](http://www.spitzenfrauen.de)
- Entscheidungsträger\_innen sind noch nicht offen genug, auch Frauen in den Blick zu nehmen



**Mehr Vorbilder von Männern in Care-Arbeit und Müttern in Führungsposition**



### 2. Ursachen/Wirkmechanismen

- Wirkung und Bedeutung von Studien
- Gibt es überhaupt genug qualifizierte Frauen, z. B. Ingenieurinnen?
- Gibt es einen typischen weiblichen Führungsstil?!: **Offen sein für verschiedene Führungsstile, da charakter- und persönlichkeitsabhängig** und von Sozialisation und Menschenbild abhängig; es sollte keine geschlechtsspezifischen Zuschreibungen geben
- **Gläserne Decke**





## II. "Gläserne Decke" – Wirkmechanismen

- ! Geschlechterstereotypen, Klischees, Vorurteile
- ! Machtstrukturen, Kultur der männlichen Dominanz
- ! Diskreditierung von Frauen\*
- ! Sexualisierte Belästigung, Diskriminierung und Gewalt
- ! Unflexible Arbeitszeitmodelle, mangelnde familienfreundl. Strukturen
- ! .....

## III. Lösungsansätze....

- Gesetzl. Regelungen, Erfolgsrezept Quote? (Füpo II – Quotengesetz 2016)
- Schulungen für Führungskräfte (z. B. Gender-, Diversitätskompetenz in Auswahlverfahren, Familienfreundliche Führung)
- Fördermaßnahmen für Frauen (z. B. Führungskompetenz, Selbstpräsentation)
- familienfreundliche Arbeitsbedingungen, Flexible Arbeitszeitmodelle
- Kultur der Wertschätzung
- Frauen\*netzwerke
- Solidarität gg.über Frauen\*
- .....



## ....und unsere Forderungen:

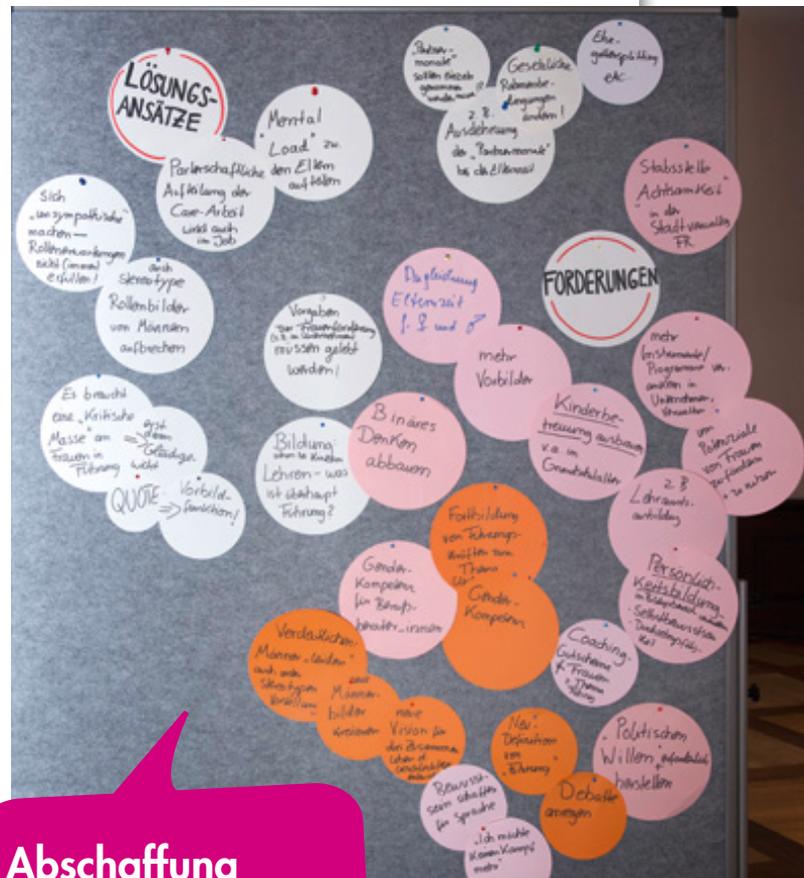
### 3. Lösungsansätze

- **Partnerschaftlich Aufteilung der Care-Arbeit wirkt auch im Job**
- Mental Load zwischen den Eltern aufteilen.
- sich „unsympathisch machen“, Rollenerwartungen nicht (immer) erfüllen
- auch **stereotype Rollenbilder von Männern aufbrechen**
- Es braucht eine **kritische Masse an Frauen in Führung**, erst dann gibt es ein Gleichgewicht: Quote → Vorbildfunktion
- **Partnermonate sollen nicht parallel genommen werden können**
- Gesetzliche Rahmenbedingungen ändern, wie z. B. **Ausdehnung der Partnermonate bei der Elternzeit oder Abschaffung Ehegattensplitting**
- Vorgaben zur **Frauenförderung in Unternehmen müssen auch gelebt werden**
- Bildung schon bei Kindern lehren: Was ist überhaupt Führung?

### 4. Forderungen

- Angleichung Elternzeit für Frauen und Männer
- Binäres Denken abbauen
- **mehr Vorbilder**
- **Kinderbetreuung ausbauen, v. a. im Grundschulalter**
- Stabsstelle „Achtsamkeit“ bei der Stadtverwaltung
- mehr Instrumente/**Programme in Unternehmen verankern**, um Potentiale von Frauen zu fördern und besser zu nutzen
- **Persönlichkeitsbildung im Bildungsbereich verankern**, z. B. in der Lehramtsausbildung, für mehr Selbstbewusstsein und Durchsetzungsfähigkeit bei Mädchen
- **Genderkompetenz bei Führungskräften und Berufsberater\_innen**

- Coaching-Gutscheine für Frauen zum Thema Führung
- Verdeutlichen: Männer leiden auch unter stereotypen Vorstellungen, neue Männerbilder kreieren
- Neue Vision für das Zusammenleben der Geschlechter entwickeln
- Neudefinition von Führung, Debatte anregen
- **politischer Wille erforderlich!**
- Bewusstsein schaffen für Sprache
- Ich möchte keinen Kampf mehr



**Abschaffung Ehegattensplitting**

# Workshop 3 **Geschlechterstereotype Bildungs- und Berufswahl**

Moderation: Dr. Angela Geck, Seminar für wissenschaftliche Politik, Universität Freiburg  
Co-Moderation: Gabriell Hobmeier, Kontaktstelle Frau und Beruf



## Denkanreize über Stereotype

**Individuelle Fähigkeiten und Interessen entscheiden über Berufswahl und Karrierewege**  
Der versteckte Einfluss von Stereotypen und Strukturen

**Frauen machen was „Soziales“**  
Stereotype Vorstellungen von „weiblichen“ Berufsfeldern und Karrierewegen

**Männer machen was mit Technik**  
Stereotype Vorstellungen über „männliche“ Berufsfelder und Karrierewege

**Ein Vater muss seine Familie ernähren können**  
Das westlich-bürgerliche Vaterideal

**Als zentrale Bezugsperson der Kinder muss eine Mutter die Familie immer an die erste Stelle setzen.**  
Das westlich-bürgerliche Mutterideal

## 2. Staatliche Anreize in Bezug auf familiäre Arbeitsteilung

- damit Elternzeit paritätisch aufgeteilt wird
- kostenlose Kinderbetreuung (oder nach Solidarprinzip)
- flexible Ganztagsbetreuung in Schule und „vorschulisch“
- Abschaffung des Ehegattensplitting

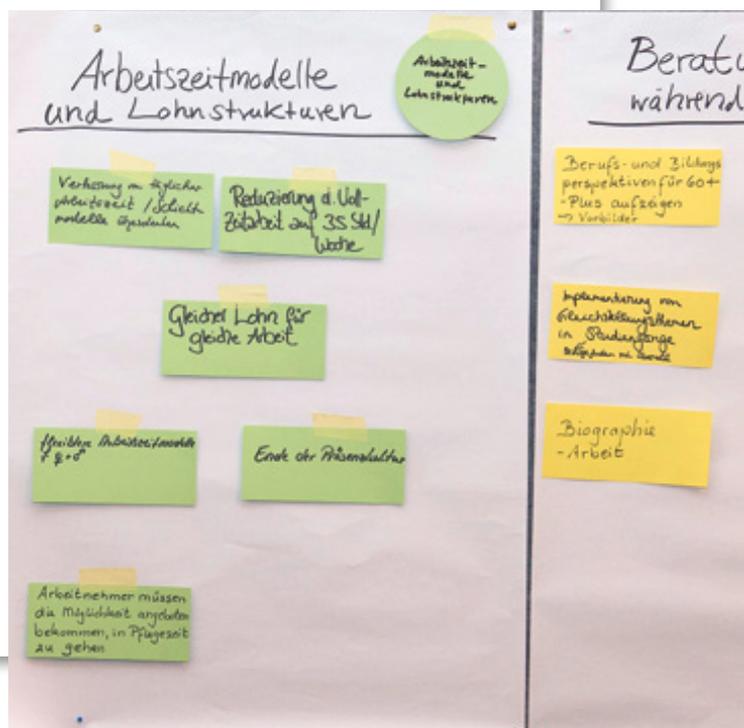
## 3. Berufsberatung und berufliche Bildung in der Schule

- Vorbilder/Rollenmodelle beider Geschlechter in die Schulen bringen
- Berufsorientierung (spielerisch) im Kindergarten
- mehr Veranstaltungen wie z.B. Girls Day
- beide Elternteile durchgängig an Berufsberatung beteiligen
- Unisex Schuluniform für alle

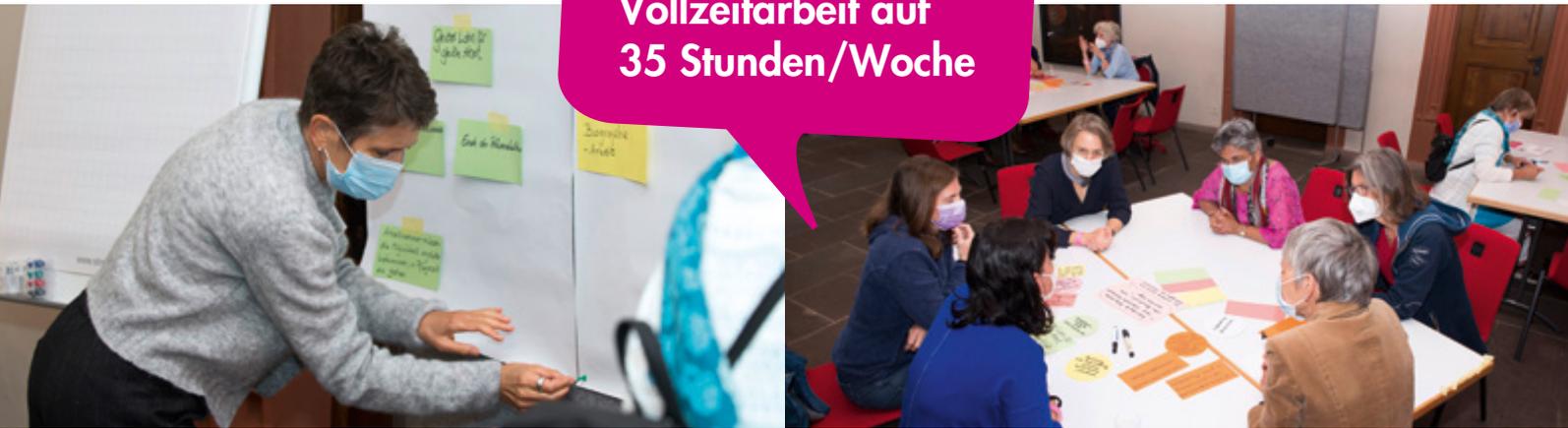
## 1. Struktur des Bildungssystems

- Geschlechterneutrale Lernmaterialien
- Sensibilisierung von (pädagogischen) Fachkräften
- getrennter Unterricht von Jungen und Mädchen in bestimmten Fächern, z.B. in Mathe

**Flexible Ganztagsbetreuung**



## Reduzierung der Vollzeitarbeit auf 35 Stunden/Woche



### 4. Arbeitszeitmodelle und Lohnstrukturen

- Reduzierung der Vollzeitarbeit auf 35h/Woche
- Gleicher Lohn für gleiche Arbeit (Equal Pay)
- flexiblere Arbeitszeiten für Frauen und Männer
- Ende der Präsenzkultur
- Möglichkeiten für Pflegezeit für Arbeitnehmer\_innen gewährleisten

### 5. Öffentliche Diskussion

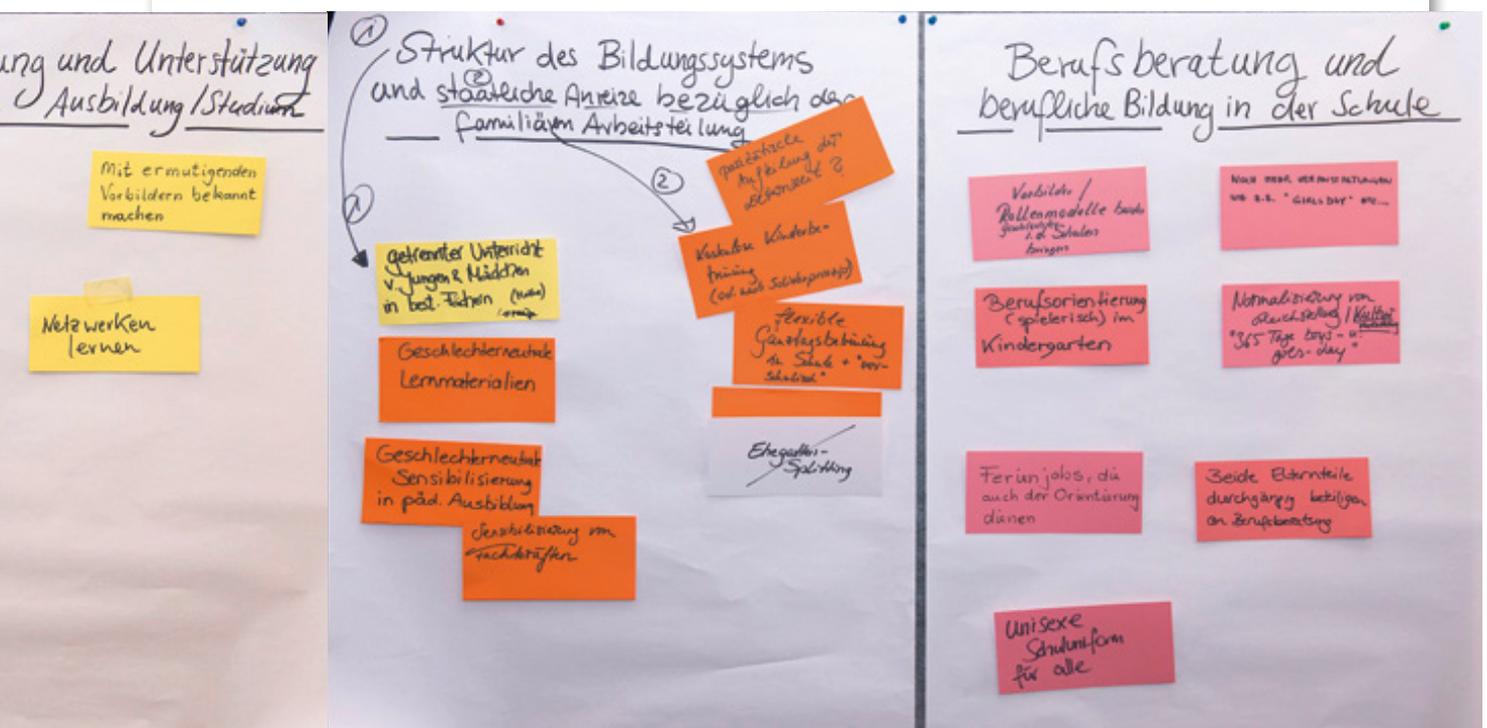
- Rollenbilder in den Medien ohne stereotype Darstellungen – Verbot von sexistischer Werbung, kein Pinkwashing
- (Neu-)Definition eines adäquaten Elternbildes ohne Stereotype
- Aufwertung sozialer Berufe

- Freiwilliges Soziales Jahr für **alle** nach dem Schulabschluss
- Mutterideal problematisieren

### 6. Beratung und Unterstützung während Ausbildung/Studium

- Berufs- und Bildungsperspektiven für 60+ aufzeigen, Vorbilder!
- mit ermutigenden Vorbildern bekannt machen
- Implementierung von Gleichstellungsthemen in Studiengänge
- Netzwerken lernen

Keine stereotypen  
Rollenbilder in den  
Medien



# Vortrag und interaktiver Workshop

**Störende Stereotypen – bitte auflösen**, Zita Küng, EQuality Consulting Zürich



**equality-consulting**  
Habsburgstrasse 6, CH-8037 Zürich  
Telefon +41 78 716 40 48  
kueng@equality-consulting.ch  
[www.equality-consulting.ch](http://www.equality-consulting.ch)  
CHE-105.268.846 MWST

## Ein Bedürfnis-Katalog

### Autonomie

- wählen der Träume – Ziele – Werte
- wählen der Art und Weise, wie Träume – Ziele – Werte zu erreichen sind
- Entwicklung

### Interdependenz (das soziale Zusammenspiel)

- akzeptiert sein
- Nähe
- berücksichtigt werden
- zur Bereicherung des Lebens beitragen
- Einfühlung
- Ehrlichkeit
- . die Ehrlichkeit schätzen (die uns hilft, durch unsere Grenzen zu lernen)
- . Wertschätzung
- Liebe
- Sicherheit
- Respekt
- Unterstützung
- Vertrauen
- Geborgenheit

### Integrität

- Echtheit
- Leben hat Sinn/Bedeutung
- Kreativität

### Freuen – Feiern

- Sich darüber freuen und feiern, was das Leben schafft
- Wahrnehmen, was das Lebendigsein belastet
- Bewusst trauern über Lebensverluste



### Körperebene

Luft, Nahrung, Wasser  
Schutz (vor allen lebensbedrohenden Einflüssen: ausgehend von Menschen, Lebewesen, Umwelt)  
ausruhen  
Bewegung  
sich sexuell ausdrücken  
Obdach  
Berührung

### Spiele

Spannung  
Entspannung  
Gemeinsamkeit

### Spirituelle Gemeinschaft

Schönheit  
Harmonie  
Begeisterung – Inspiration  
Ordnung  
Friede



**Geschlechterstereotype:  
nicht frontal bekämpfen,  
aber mit gewaltfreier  
Kommunikation blass  
werden lassen**





Die Organisatorinnen (von links): Christine Rösch, Ursula Lemmertz, Birgit Rapp, Regina Gensler, Simone Thomas, Lina Götze, Sonja Umseher, Gabriell Hobmeier, Olena Schneider



## Ausblick & Dank

130 Teilnehmende an der Denkfabrik Chancengleichheit zeigen, dass das Thema Geschlechterstereotype und vor allem auch deren Überwindung viele Menschen beschäftigt und interessiert.

In den Workshops wurden Defizite benannt und dringende Handlungsbedarfe aufgezeigt. Die Ergebnisse finden Sie in dieser Dokumentation: ein umfangreiches Paket an konstruktiven Ideen, Vorschlägen und konkreten Forderungen!

Was passiert mit den Ergebnissen? Diese werden wir in die relevanten Gremien einbringen und den politischen Vertreterinnen und Vertretern zukommen lassen.

Wir erhoffen uns und erwarten, dass die Resultate Ansporn für alle Verantwortlichen sind, weiter an diesem Thema zu arbeiten, dass sie nicht locker lassen und die notwendigen Änderungen mit auf den Weg bringen.

Die Vorträge und Diskussionen verdeutlichen: Tradierte Geschlechternormen sind nach wie vor sehr wirkmächtig. Um sie aufzubrechen oder gar aufzulösen bedarf es vielfältiger Anstrengungen: Vor allem gilt es, sich diese geschlechtsspezifischen Zuschreibungen immer wieder bewusst zu machen

und statt Generalisierungen Vielfalt sichtbar und hörbar zu machen. Es braucht moderne Unternehmenskulturen, die Frauen und Männern aus allen Ebenen Chancen bieten und eine gesellschaftliche Reorganisation des Verhältnisses von Leben und Arbeit. Und es braucht positive und vielfältige Beispiele und Vorbilder, was Darstellungen von Geschlechterrollen, Körpern und Lebensentwürfen angeht.

Die dritte Denkfabrik Chancengleichheit war auch das Ergebnis hervorragender Zusammenarbeit und Kooperation mit allen Beteiligten. Unser besonderer Dank gilt deshalb den Referentinnen für ihre Impulsvorträge, den Moderatorinnen und Co-Moderatorinnen der Workshops und allen Mitarbeiterinnen der Stelle zur Gleichberechtigung der Frau und der Kontaktstelle Frau und Beruf, für ihr großes Engagement unter schwierigen Corona-Bedingungen!

Ein großes Dankeschön auch an alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer für ihr lebhaftes und konstruktives Mitdenken und Diskutieren.

Herzliche Grüße  
Simone Thomas & Regina Gensler





Stelle zur  
Gleichberechtigung der Frau

